

Perancangan Konten Kreatif 16 Sub Sektor Ekonomi Kreatif BEKRAF Melalui Video Fulldome

EVITA WIDASARI

(Pembimbing : Abi Senoprabowo, M.Ds, Dimas Irawan Ihya' Ulumuddin, S.Sn, M.Kom)

Desain Komunikasi Visual - S1, FIK, Universitas Dian

Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 114201301594@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Pada tahun 2010-2014 sektor ekonomi kreatif di Indonesia turut menjadi kontributor dalam perekonomian nasional. Namun dari 16 sub sektor ekonomi kreatif, hanya 4 sub sektor yang berkembang dan berkontribusi lebih banyak daripada 12 sub sektor lainnya. Penyebabnya ialah tidak meratanya perkembangan sub sektor diakibatkan masih banyak masyarakat yang belum mengetahui pembagian sub sektor ekonomi kreatif dan kurangnya rasa mengapresiasi. BEKRAF selaku lembaga yang bertanggung jawab pada pertumbuhan ekonomi kreatif ingin mensosialisasikan dan menumbuhkan kesadaran masyarakat tentang 16 sub sektor ekonomi kreatif kepada masyarakat. Untuk menunjang perancangan ini digunakan data yang diperoleh dari wawancara, studi pustaka, dan internet yang kemudian di analisa menggunakan metode analisis deskriptif. Media yang dihasilkan hanya media utama yang berupa audio visual yaitu video. Untuk perancangan ini menggunakan new media berupa fulldome yang berisi konten-konten mengenai 16 sub sektor ekonomi kreatif dan informasi singkat mengenai pertumbuhan ekonomi kreatif Indonesia. Gaya visual yang digunakan berupa animasi 3D untuk menambahkan kesan nyata pada saat menonton video ini. Serta aset visual yang berbeda-beda bertujuan untuk menampilkan ciri khas dari masing-masing sub sektor.

Kata Kunci : BEKRAF, Ekonomi Kreatif, Fulldome, New Media

Designing Creative Content of 16 Creative Economy Sub Sectors of BEKRAF Through Fulldome Video

EVITA WIDASARI

(Lecturer : Abi Senoprabowo, M.Ds, Dimas Irawan Ihya' Ulumuddin, S.Sn, M.Kom)

Bachelor of Visual Communication Design - S1, Faculty of

Computer Science, DINUS University

www.dinus.ac.id

Email : 114201301594@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

In years 2010-2014 the creative economy sector in Indonesia became a contributor to the national economy. But from the 16 sub-sectors of the creative economy, only 3 sub-sectors more grow and contribute than 13 other sub-sectors. The cause is the uneven development of the sub-sectors result from there are many people still don't know the sub division of the creative economy sector and lack of taste to appreciate. BEKRAF as an institution that responsible for the economic growth of the creative wants to socialize and raise public awareness about the 16 sub sectors of the creative economy to the public. To support this design, it used data obtained from interviews, literature, and the internet then analyzed using a descriptive analysis method. Media outcome just major media in the form of audio-visual that is video. This design used new media in form full-dome that containing the contents from 16 sub-sectors of the creative economy and brief information about the growth of Indonesia's creative economy. Visual style used in the form of 3D animation to add real impression when watching this video. Different visual asset aims to show the characteristic of each sub-sectors.

Keyword : BEKRAF, Creative Economy, Fulldome, New Media